VEN
PART 1: Chapter one
5 hardest questions

1. As you all know, through the past 3 years, ONCF has been investing on the implementation of many strategic actions, in order to satisfy and fidelise its customers by providing them the needed solutions with the best product/price offer, yet, focusing on the economic system as a whole, so in your point of view, which approach exactly has been theONCF following so far? Difficulte

- 5 forces of Porter
- System Lock-in
- SMART
- Delta

2. Thinking about the causes that could impact the strategic actions of an organization according to Porter, what could it be? Difficulte

- Positioning
- Market orientation
- External environment
- The changes of its target’s needs

3. The purpose of the Delta model is to help managers implement strategies with an orientation ..... Difficulte

- Client
- Partners
- Suppliers
- Human capital

4. The strategic plan is a formalized document that… Difficulte

- gest created regularly in a short periods
- gets created in once a while (long term period)
- provides information, coordination and guidance.
- Allows us to create an efficient action plan

5. In such an era as ours, that is based mainly on innovation which impose on the nowaday organisations to characterise with more creativity, which type these organisations should follow for a better success ? Difficulte

- Delebrating strategy
- Emerging strategy
- Both of them
- Intuition strategy

VFR

Partie 1: Chapitre un

5 questions les plus difficiles

1) Comme vous le savez tous, au cours des 3 dernières années, l'ONCF a investi dans la mise en œuvre de nombreuses actions stratégiques, afin de satisfaire et de fidéliser ses clients en leur fournissant les solutions nécessaires avec la meilleure offre de produits/prix, tout en se concentrant sur le système économique dans son ensemble, donc de votre point de vue, quelle approche exactement l'ONCF a suivi jusqu'à présent ? Difficile
   - Les 5 forces de Porter
   - Verrouillage du système
   - SMART
   - Delta

2) En réfléchissant aux causes qui pourraient avoir un impact sur les actions stratégiques d'une organisation selon Porter, quelles pourraient être ces causes ? Difficile
   - Positionnement
   - Orientation du marché
   - L'environnement externe
   - L'évolution des besoins de sa cible

3) L'objectif du modèle Delta est d'aider les managers à mettre en place des stratégies avec une orientation ...... Difficile
   - Client
   - Partenaires
   - Fournisseurs
   - Capital humain

4) Le plan stratégique est un document formalisé qui... Difficile
   - est créé régulièrement dans une courte période
   - est créé de temps en temps (période à long terme)
   - fournit des informations, une coordination et des orientations.
   - Permet de créer un plan d'action efficace

5) Dans une époque comme la nôtre, basée principalement sur l'innovation qui impose aux organisations actuelles de se caractériser par plus de créativité, quel type d'organisation doivent-elles suivre pour mieux réussir ? Difficile

- Stratégie de suppression
- Stratégie émergente
- Les deux
- Stratégie d'intuition

VEN
PART 1: Chapter two
5 hardest questions

1) Conglomerate diversification signifies: difficult
    - Adding new products or services that are significantly different from the organization's present products or services.
    - Moving towards new markets of activity that are not too far from the initial activities
    - Existing products are considered and sold to existing customers
    - Entering new markets, increasing or diversifying existing ones

2) Which of these objectives is not part of the functional strategy? difficult
    - Increasing profitability by generating a net profit
    - Guarantee the production of high quality products
    - Ensuring a large supply to avoid stock shortages
    - Recruiting new talent and maintaining a high quality workforce

3) External growth generates cost synergies through: hard
    - A dynamic communication campaign
    - Maintaining the identity of each entity
    - Pooling of certain assets or activities
    - Specific assets

4) In a corporate strategy, decisions are taken by: difficult
    - The general management members
    - Advisory board
    - Board of directors
    - Executive supervisors

5) What is the main purpose of a functional strategy? Difficult
    - Achieve corporate and business unit objectives and strategies by maximizing resource productivity.
    - Provide flow of strategic decisions to the different parts of an organization
    - Gain additional market shares
    - No response

VFR

Partie 1: Chapitre deux

5 questions les plus difficiles

1) La diversification des conglomérats signifie: difficile

- Ajouter de nouveaux produits ou services qui sont sensiblement différents des produits ou services actuels de l'organisation.
- S'orienter vers de nouveaux marchés d'activité pas trop éloignés des activités initiales
- Les produits existants sont considérés et vendus aux clients existants
- Pénétrer de nouveaux marchés, augmenter ou diversifier les marchés existants

2) Lequel de ces objectifs ne fait pas partie de la stratégie fonctionnelle? difficile
- Augmenter la rentabilité en générant un bénéfice net
- Garantir la production de produits de haute qualité
- Assurer un approvisionnement important pour éviter les ruptures de stock
- Recruter de nouveaux talents et maintenir une main-d'œuvre de haute qualité

3) La croissance externe génère des synergies de coûts par: difficile
- Une campagne de communication dynamique
- Maintenir l'identité de chaque entité
- Mise en commun de certains actifs ou activités
- Atouts spécifiques

4) Dans une stratégie d'entreprise, les décisions sont prises par: difficile
- Les membres de la direction générale
- Le conseil consultatif
- Le conseil d'administration
- Les superviseurs exécutifs

5) Quel est le principal objectif d'une stratégie fonctionnelle? Difficile
- Atteindre les objectifs et les stratégies de l'entreprise et des unités d'affaires en maximisant productivité des ressources.
- Fournir un flux de décisions stratégiques aux différentes parties d'une organisation
- Gagner des parts de marché supplémentaires
- Pas de réponse

VEN
PART 1: Chapter three
5 hardest questions

1. The Government of the Kingdom of Morocco has launched a vast reform of the public administration aimed at

a. modernize and improve the governance of public management
b. making it easier for SMEs
c. creating new jobs
d. Integrate the decision-making and operational approaches of the private sector

2. Among the aspects of the broad reform of public administration:

a. The provision of a modern administration that can contribute to competitiveness and sustainable development
b. Consolidation of the development model and modernization of the country desired by the Kingdom
c. The regularization and supervision of CSR
d. The preservation of the general interest in public services

3. The study of stakeholders is also called a

a. supplier analysis
b. Power/Interest Matrix
c. external and internal environment study
d. PESTEL

4. Virtual Mall Model means:

a. A store that combines both a website and a physical store
b. A site that hosts all merchants, service providers, brokers and other organizations
c. An infomediary that collects, evaluates and sells information about consumers and their buying behavior to other parties.
d. A model that connects buyers and sellers and facilitates transactions between them.

5.Digital performance indicators have become indicators :

a. strategy performance.
b. consumer behavior evolution
c. of globalization
d. of public governance

VFR

Partie 1: Chapitre trois

5 questions les plus difficiles

1. Le Gouvernement du Royaume du Maroc a lancé une vaste réforme de l'administration publique tendant à :

a) moderniser et à améliorer la Gouvernance de la gestion publique
b) faciliter la tâche aux PME
c) la création de nouveaux emplois
d) Intégrer les approches décisionnelles et opérationnelles du secteur privé

2. Parmi les aspects de la vaste réforme de l'administration publique :

a) La disposition d'une administration moderne qui puisse contribuer à la compétitivité et au développement durable
b) La consolidation du modèle de développement et de la modernisation du pays souhaité par le Royaume
c) La régularisation et la supervision des RSE
d) La préservation de l'intérêt général dans les services publics

3. L'étude des Parties Prenantes, est aussi nommée a :

a) analyse des fournisseurs
b) matrice Pouvoir/Intérêt
c) étude de l'environnement externe et interne
d) PESTEL

4. Virtual Mall Model signifie :

a) Un magasin qui combine à la fois un site web et un magasin physique
b) Un site qui accueille tous les commerçants, prestataires de services, courtiers et autres organisations
c) Un infomédiaire qui collecte, évalue et vend des informations sur les consommateurs et leur comportement d'achat à d'autres parties.
d) Un modèle qui met en contact les acheteurs et les vendeurs et facilite les transactions entre eux.

5. Les indicateurs de performances digitaux sont devenus des indicateurs :

a) de performance de stratégie.
b) d'évolution du comportement du consommateur
c) de mondialisation
d) de gouvernance publique

VEN
PART 1: Chapter four
5 hardest questions

1. **During the product introduction phase, the price is :**

a. to the highest

b. at the bottom

c. at the level of the competitors on the market

d. to the highest OR lowest according to the intensity of competition in the market

2. It allows managers, shareholders and other stakeholders to view the rofiling of all major competitors in a sector on a single page

a. Competitive Profile Matrix

b. External Factors Assessment Matrix

c. Internal Factor Assessment Matrix

d. BCG Matrix

3. **External growth:**

a. Consists of a full merger of two or more companies

b. may cause negative synergies

c. leads to an increase in the stock prices of the companies concerned

d. Is compatible with internal growth

4. **Examples of strategic decisions include:**

a. research and development programming

b. the choice of media for a communication campaign

c. the negotiation of an interest rate

d. the choice of product-market pairs

5. Direct competitors:

a. are always, irrespective of the market studied

b. are, irrespective of the product concerned

c. are, regardless of the targeted clientele

d. vary according to the SBU

VFR

Partie 1: Chapitre quatre

5 questions les plus difficiles

1. **Pendant la phase d'introduction du produit, le prix est :**

   a. au plus élevé
   b. au plus bas
   c. au niveau des concurrents sur le marché
   d. au plus élevé OU au plus bas selon l'intensité de concurrence sur le marché

2. **Elle permet aux managers, aux actionnaires et autres parties prenantes de visualiser le Profiling de tous les principaux concurrents dans un secteur sur une seule page**

   a. Matrice du Profil Compétitif
   b. Matrice d'Évaluation des Facteurs Externes
   c. Matrice d'Évaluation des Facteurs Internes
   d. Matrice BCG

3. **La croissance externe :**

   a. Consiste en un regroupement intégral de deux ou plusieurs entreprises
   b. peut provoquer des synergies négatives
   c. entraîne la hausse des cours boursiers des sociétés concerné
   d. Est compatible avec la croissance interne

4. **Comme exemple de décisions stratégiques, on peut citer :**

   a. la programmation de la recherche et développement
   b. le choix des supports pour une compagne de communication
   c. la négociation d’un taux d’intérêt
   d. le choix des couples produit-marché

5. **Les concurrents directs :**

   a. existent toujours quel que soit le marché étudié
   b. existent quel que soit le produit concerné

c. existent quelle que soit la clientèle ciblée

d. varient selon le DAS

VEN

PART 2: Chapter 5 : Ressources et competences

5 hardest questions

1. Philosophy of exchange, collective thinking, leadership, solidarity, and modesty are examples of resources:

a) Tangible

b) Intangible

c) Strategic

d) Tacit

2. Among the four questions that managers should ask themselves about the resources and skills of the organization are:

a) Are the resources and capabilities of the organization adequate to respond to environmental threats and opportunities?

b) Do organizations without resources face a significant acquisition cost to develop a new resource externally?

c) Are resources/skills not of strategic importance?

d) Is a particular resource controlled by a large number of competitors?

3. Is an example of distinctive skills:

a) Creativity of staff

b) Optimization of procurement costs.

c) Own retail network mastery

d) Product Process Management.

4. The strategic group analysis consists of :

a) Identify macro-environmental pressures

b) Study the positioning of competitors according

to different criteria

c) Predict the future challenges of an industry

d) Evaluate the intensity of competition

5. Porter's 5 forces model allows the strategist to:

a) Identify the most significant competitive threats

b) Evaluate and explain the intensity of competition and the average profit level of an industry

c) Analyze the competitive dynamics

d) Analyze the performance of competing firms

VFR

PARTIE 2: Chapitre 5 : Ressources et compétences

5 questions plus difficiles

1. Philosophie d'échanges, une dynamique collective de réflexion, le leadership, la solidarité, et la modestie sont des exemples de ressources :

a) Tangibles

b) Intangibles

c) Stratégiques

d) Tacites

2. Parmi les quatre questions que le manager doit se poser sur les ressources et les compétences de l'organisation on trouve :

a) Les ressources et les capacités de l'organisation permettent-elles de répondre aux opportunités et menaces environnementales ?

b) Les organisations sans ressources doivent-elles faire face à un coût d'acquisition important pour développer une nouvelle ressource en externe ?

c) Est-ce que les ressources/compétences n'ont pas d'importance stratégique ?

d) Une ressource particulière est-elle

contrôlée par un grand nombre de concurrents ?

3. Est un exemple de compétences distinctives : (hard)

a) Créativité des personnels

b) Optimisation des coûts d'approvisionnement.

c) Maitrise de réseau de détaillants en propre.

d) Gestion de processus des produits.

4. L'analyse des groupes stratégiques consiste à :

a) Repérer les pressions macro-environnementales

b) Etudier le positionnement des concurrents selon différents critères

c) Imaginer les enjeux futurs d'une industrie

d) Evaluer l'intensité de la concurrence

5. Le modèle des 5 forces permet au stratège :

a) D'identifier les menaces concurrentielles les plus significatives

b) D'évaluer et expliquer l'intensité de la concurrence et le niveau de profit moyen d'une industrie

c) D'analyser la dynamique concurrentielle

d) D'analyser la performance des firmes concurrentes

VFR

Partie 1: Chapter six

5 questions les plus difficiles

1.L'avantage concurrentiel peut être:

a) Avoir une part de marché

b) Disposer d'un département marketing

c) Maîtrise de l'ensemble de la chaîne de valeur

d) Avoir plusieurs usines

2.Le diagnostic interne peut mettre en évidence :

a) les fonctions de l'organisation

b) ressources et expertise distinctes

c) resources uniques

d) toutes les réponses sont correctes

3.La structure correcte des étapes du capital marque est:

a) Le produit, le slogan, la notoriété, l'image de marque

b) Le slogan, l'image de marque, le produit, la notoriété

c) L'image de marque, le slogan, la notoriété, le produit

d) Aucune réponse

4.Le bloc que Patrick Staehler a ajouté aux 9 blocs est :

a) Équipe et normes de l'organisation

b) Équipe et valeurs de l'organisation

c) Équipe et objectifs de l'organisation

d) Aucune réponse

5.Le diagnostic stratégique interne a pour but principal de :

a) Soulever un problème de gestion

b) Évaluer les forces et les faiblesses

c) Examiner l'environnement interne de l'organisation

d) Toutes les réponses sont correctes

VEN
PART 1: Chapter six
5 hardest questions

1.Competitive advantage can be:

a) Having a market share

b) Having a marketing department

c) Controlling the entire value chain

d) Having several plants

2.The internal diagnosis can highlight :

a) The functions of the organization

b) distinct resources and expertise

c) unique resources

d) all answers are correct

3.The correct structure of the brand equity stages is:

a) Product, slogan, awareness, brand image

b) Slogan, brand image, product, awareness

c) Brand image, slogan, awareness, product

d) No answer

4.The block that Patrick Staehler added to the 9 blocks is:

a) Team and organizational standards

b) Team and values of the organization

c) Team and organizational objectives

d) No answer

5.The main purpose of the internal strategic diagnosis is to :

a) Raise a management issue

b) Assess strengths and weaknesses

c) Examine the organization's internal environment

d) All answers are correct

VEN

PART 3: Chapter seven

5 hardest questions

1. ***Direct competitors:***

- This is always the case regardless of the market studied
- They are regardless of the product concerned
- They are regardless of the target clientele
- Varies by SAR

2. ***A strategic decision***

- Its high degree of uncertainty
- Its repetitiveness
- Its reversibility
- Its limited time horizon

3. ***A DAS is a homogeneous set of goods or services that do not use:*** (

- A single value chain.
- Several value chains.
- The same combination of key success factors.
- One key success factor.

4. Check off the correct answers;

- In highly competitive sectors there is no need to innovate,
- During the product launch phase, the operating innovation is used,
- The positioning is based solely on differentiation,
- No proposal is fair,

5. ***What is the odd one out among the segments of the BCG matrix?***

- Cash cows
- The stars
- The dilemmas

6. The potentials

VF

Partie 3: CHapitre 7

Les 5 questions difficiles

1. ***Quel est l'intrus parmi les segments de la matrice BCG ?***

- Les vaches à lait
- Les étoiles
- Les dilemmes
- **Les potentiels**

2. ***Les concurrents directs :***

- Le sont toujours quel que soit le marché étudié
- Le sont quel que soit le produit concerné
- Le sont quelle que soit la clientèle ciblée
- **Varient selon le DAS**

3. ***Une décision stratégique***

- **Son degré d'incertitude élevé**
- Sa répétitivité
- Sa réversibilité
- Son horizon temporel limité

4. ***Un DAS est un ensemble homogène des biens ou des services qui n'utilisent pas:***

- **Une seule chaîne de valeur.**
- Plusieurs chaînes de valeurs.
- Une même combinaison des facteurs clé de succès.
- Un seul facteur clé de succès.

5.Cocher les bonnes propositions ;

- Dans les secteurs fortement concurrentiels il est inutile d'innover,
- Pendant la phase de lancement du produit on utilise l'innovation d'exploitation,
- **Le positionnement se base uniquement sur la différenciation,**
- Aucune proposition n'est juste,

PART 3: Chapter eight
5 hardest questions

1. Which university is the instigator of the market life cycle?
    - Cambridge
    - Harvard
    - Oxford
    - Stanford
2. Does the consolidation strategy work thanks to:
    - A promotional effort
    - Marketing studies
    - Consumption organization
    - Customer relations
3. What inspired the author of the Experience Curve to write about this?
    - Wright's Law
    - Moore's Law
    - none of the above
    - The two answers
4. In what situation is it possible to face a strategic impasse?
    - Monopoly
    - oligopoly
    - monopsony
    - oligopsony
5. The Blue Ocean strategy aims to resume activities on
    - highly competitive market with limited growth prospects
    - uncompetitive market with limited growth prospects
    - competitive market with unlimited growth prospects
    - uncompetitive market with unlimited growth prospects

PARTIE 3: Chapitre huit
5 questions difficiles

1. De quelle université est l'instigateur du cycle de vie du marché?
    - Cambridge
    - Harvard
    - Oxford
    - Stanford
2. La stratégie de consolidation fonctionne-t-elle grâce à:
    - Un effort de promotion
    - Études de marché
    - Organisation consommation
    - Relations client
3. Qu'est-ce qui a inspiré l'auteur de la courbe d'expérience à écrire à ce sujet?
    - Loi de Wright

- La loi de Moore
- Aucune de ces réponses
- Les deux réponses

4. Dans quelle situation est- il possible de faire face à une impasse stratégique?
   - Monopole
   - oligopole
   - monopsone
   - oligopsone
5. La stratégie Blue Ocean vise à reprendre les activités sur
   - marché hautement concurrentiel avec des perspectives de croissance limitées
   - marché non concurrentiel avec des perspectives de croissance limitées
   - marché concurrentiel avec des perspectives de croissance illimitées
   - marché non concurrentiel avec des perspectives de croissance illimitées

ENGLISH VERSION

CHAPTER 9 : 5 hardest questions

1. Companies are subject to several pressing challenges in response to the constant dynamics of their market. Which of the following factors might exacerbate the need of remodeling the corporate structure? (hard)

- **Changes in the vision and values of the company**
- **Appointment of a new executive team**
- **Reviewing and adjusting the functional strategies**
- **Developing an entirely new corporate strategy**

2. Cross-functional structure is an organizational structure that is characterized by? (hard)

- **Bureaucracy**
- **Poor flow of information**
- **Difficult to collaborate and coordinate**
- **Distribution of decision making among the workers**

3. The major Advantage of the project-based structure is ? (hard)

- **Flexibility and responsiveness**
- **Low standardization**
- **Temporary structure**
- **Job instability**

4. **The network structure organizes the organization's? (Hard)**

- **Strategy**
- **Work force union activities**
- **The ecosystem**
- **The company's supply chain activities**

5. **Changement in the hierarchy of the company affects directly (hard)**

- **The identity of the company**
- **Culture of the company**
- **The organizational structure**
- **None of the above**

FRENCH VERSION

CHAPITRE 9 : 5 questions assez difficile

1. **Les entreprises sont soumise à plusieurs défis pressants en réponse à la dynamique constante de leur marché. Lequel des facteurs suivants pourrait exacerber la nécessité de remodeler carrément la structure de l'entreprise? (Assez difficile)**

- **Changements dans la vision et les valeurs de l'entreprise**
- **Nomination d'une nouvelle équipe de direction**
- **Revoir et ajuster les stratégies fonctionnelles**
- **Développer une toute nouvelle stratégie d'entreprise**

2. **La structure matricielle est une structure organisationnelle caractérisée par? (Assez difficile)**

- **Bureaucratie**
- **Mauvaise circulation de l'information**
- **Difficile de collaborer et de se coordonner**
- **Répartition de la prise de décision parmi les travailleurs**

3. L'avantage majeur de la structure par projet est ? (Assez difficile)

- **Flexibilité et réactivité**
- **Standardisation faible**
- **Structure temporaire**
- **Instabilité de l'emploi**

4. La structure en réseau a des répercussions conséquentes sur quel aspect de l'organisation? (Assez difficile)

- **Stratégie**
- **Activités syndicales de la main-d'œuvre**
- **L'écosystème**
- **Les activités de la chaîne d'approvisionnement de l'entreprise**

5. Un changement dans la hiérarchie de l'entreprise affecte directement ?((Assez difficile)

- **L'identité de l'entreprise**
- **Culture de l'entreprise**
- **La structure organisationnelle**
- **Aucune de ces réponses**

VEF, PARTIE 4
chapitre 10:

1. Parmi les caractéristiques des objectifs annuels, laquelle sont fausse dans ces propositions :

· Mesurable

· Réaliste

· Qualitatifs

· Stimulants

2. « Empowerment » est une stratégie consistant à ;

· changer les postes des employés au sein de l'entreprise pour leur permettre d'avoir de l'expérience

· donner des ressources aux subordonnés et renforcer leur estime de soi

· former les employés sur une base périodique pour avoir de meilleures ressources humaines que la concurrence

· réaliser l'égalité entre les femmes et les hommes au sein de l'organisation

3. La restructuration et la réorganisation des activités internes de manière à encourager et récompenser les efforts pour atteindre les objectifs fixés est appelée :

· la formulation de la stratégie

· la mise en œuvre de la stratégie

· l'évaluation de la stratégie

· aucune de ces réponses

4. Idéalement, quel type de stratégie de changement est le plus souhaitable ?

· stratégie de changement rationnel

. stratégie de changement forcé

. stratégie de changement éducative

stratégie de changement logique

5. lequel des énoncés suivants n'est pas vrai :

· les objectifs doivent être communiqués au sein de l'organisation

· les objectifs doivent avoir une dimension temporelle appropriée

· les objectifs doivent intégrer des politiques

· les objectifs doivent être mesurables

VEN, PART 4

chapter 10:

1.Which of the following characteristics of annual goals is not true?

A.Measurable

B.Realistic

C.Qualitative

D.Stimulating

2."Empowerment" is a strategy of ;

A. changing employees' positions within the company to allow them to gain experience

B. empowering subordinates and building their self-esteem

C. training employees on a periodic basis to have better human resources than the competition

D. achieving equality between women and men in the organization

3. restructuring and reorganizing internal activities in a way that encourages and rewards efforts to achieve the set goals is called:

A. strategy formulation

B. strategy implementation

C. strategy evaluation

D. none of the above

4. Ideally, which type of change strategy is most desirable?

A. rational change strategy

B. forced change strategy

C. educational change strategy

D. logical change strategy

5. Which of the following statements is not true :

A. goals must be communicated within the organization

B. goals must have an appropriate time frame

C. objectives should incorporate policies

D. objectives should be measurable

VEN

PART 5: Chapter eleven

5 hardest questions

1. **The Kaplan Balanced Scorecard should not be :**
    a. **An instrument of control**

b. A way to formalize the strategy

c. Means to ensure a better understanding of the company

d. No response

2. The difficulty in measuring performance is due to:

   a. The diversity of measurement criteria

   b. The complexity of the measuring instruments

   c. The cost of measuring instruments

   d. The shortage of specialized personnel

3. The ABM tool ;

   a. Allows the piloting

   b. Evaluates changes in costs

   c. Complement in some way the ABC method

   d. Ensures the modeling

4. "Does the organization have control over key operations? "This question addresses which major element of the strategic audit?

   a. Performance

   b. The approach and choices

   c. The process

   d. Contrôle

5. The ultimate goal of Benchmarking is:

   a. Analyze the end result of a value process

   b. Analyze a value process

   c. Analyze the different processes

   d. Identification of a point of comparison that will represent a benchmark for comparison

Partie 5: Chapitre Onze

5 questions les plus difficiles

1. **Le tableau de bord prospectif selon Kaplan ne doit pas être :**

a. Un instrument de contrôle

b. Un moyen de formaliser la stratégie

c. Moyen d'assurer une meilleure compréhension de l'entreprise

d. Aucune réponse

2. **La difficulté de mesurer la performance s'explique par :**

a. La diversité des critères de mesure

b. La complexité des instruments de mesure

c. Le coût des instruments de mesure

d. La pénurie de personnel spécialisé

3. **L'outil ABM ;**

a. Permet le pilotage

b. Evalue les variations des coûts

c. Vient compléter en quelque sorte la méthode ABC

d. Assure la modélisation

4. **« L'organisation maitrise-t-elle les opérations clés ? » Cette question répond à quel élément majeur de l'audit stratégique ?**

a. La performance

b. La démarche et choix

c. Le processus

d. Contrôle

5. **Le but ultime du Benchmarking est :**

a. Analyser le résultat final d'un processus de valeur

b. Analyser un processus de valeur

c. Analyser les différents processus

d. L’identification d’un point de comparaison qui représentera un référentiel de comparaison